# 家具店经营计划

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2024-10-15

*第一篇：家具店经营计划怎样做家具店经营计划？核心提示：对于家具企业如此，对于家具店也是如此。在为家具企业进行营销咨询服务的过程中，那些成功的家具专卖店都拟定的详尽的经营计划，并且按严格地按计划执行，则经营效率大大提高，费用相对较低，也很容...*

**第一篇：家具店经营计划**

怎样做家具店经营计划？

核心提示：

对于家具企业如此，对于家具店也是如此。在为家具企业进行营销咨询服务的过程中，那些成功的家具专卖店都拟定的详尽的经营计划，并且按严格地按计划执行，则经营效率大大提高，费用相对较低，也很容易步入健康的经营轨道，生意像滚雪球一样越做越大。

对于家具企业如此，对于家具店也是如此。在为家具企业进行营销咨询服务的过程中，那些成功的家具专卖店都拟定的 详尽的经营计划，并且按严格地按计划执行，则经营效率大大提高，费用相对较低，也很容易步入健康的经营轨道，生意像滚雪球一样越做越大。特别是现在家具越 开越大，成本越来越高，资源越加有限的情况下，它能避免一些不必要的时间、精神、金钱方面的浪费。

反之，那些没有经营计划，全凭老板一个人发号施令，想到哪里做到哪里，就算高薪从别人那里聘请了优秀的导购人员，结果整个家具专卖店也经营得稀里糊涂。不仅无法团结内部，还会造成许多不必要的资源浪费和无谓的损失。

这里所指的家具店的经营计划包括营业销售计划、家具产品采购计划、销售促进计划、门店人事计划、服务升级计划和财务损益计划等六个方面。

营业销售计划

家具店营业销售计划是家具门店经营好坏的一个最基本的指示，所以在家具店建立之初，必须有一个详细的家具营业销 售预测。例如每月的营业额，每周的营业额，以及这些营业额都是通过销售哪些家具品类来获得的，都需要参考各项影响因素来分别制定。此外，每年营业额的增长 率亦需要依照当地经济指标、本公司其它门店以及同类家具的竞争对手情况来制定。基本策略是：

依据竞争模式以及营业额制订营业预算；

加强营业人员素质配置，以达成预算为第一目标；

设定三至五年的增长率，再依据每年宏观经济状况变动调整增长率。

产品采购计划

对于一家具店来说，其产品采购计划主要是家具品类组合结构计划。因为每件家具产品的价格通常都在几千上万元以 上，因此，如何在众多的家具产品品类和款式中依照品类、风格、款式、价格、色彩，去组合成最适合专业家具店特色以及顾客消费习性的家具产品结构，就显得非 常必要和重要。另外，这也是家具采购的必须前提，即所谓“会卖也会买”，才有可能降低家具的进货成本，增加利润。基本策略是：

加强家具产品结构的完整性；

适当调节家具产品销量品类、利润品类和形象品类，控制库存，以加速资金周转；

与家具供应商协调好关系，确保高进货毛利与合理销售价格。

销售促进计划

在注重促销的今天，经营一个家具店，如果缺乏一些促销活动的话，那么，你的家具门店将变得没有任何吸引力。所 以，家具店要赢得更多顾客的光临，以争取更多的生意，必须有一个持续的销售促进计划。最常用的促销方式如“特价”、“赠品”、“抽奖”等，每一种都具的自 己的特色，顾客也乐此不彼。家具店经常开展销售促进活动，除了可以提高营业额之外，还可以提供家具门店的知名度。基本策略是：

将重点销售目标与促销活动配合；

选定促销媒体，并适时提供种类信息给顾客；

制定促销费用预算并有效运用这些费用；

注重家具门店内家具陈列、家具组合、橱窗展示以及门店陈列生动化的布置；

采用的促销方式必须是对消费者生产实实在在的优惠，而不是华而不实的活动。门店人力计划

家具店开店之初，有可能是夫妻店或者光头司令的门店经理一个人，当然也会聘请一两位助手或导购人员。但无论如 何，在人力规划和人事运用上，都马虎不得。有些店主为了节省成本，尽选一些没有销售经验的亲友来帮忙，这很可能会对一个新开张的家具店带来极为不利的影 响。卖家具不像卖零食，它价格更高，产品机构复杂，需要拥有一定家具专业知识的人或者经过专业培训方可使用。否则，不但影响了生意，还对开业之初的新店带 来不利的影响。因此，有家具店的用人上，要把握好“在质不在量”的原则，多用人不见得就对家具店的业绩有帮助。基本策略是：

建立明确的岗位责任制，同时简化组织结构，使人尽其才；

制定全年的培训计划，加强门店人员的培养和训练；

严禁员工选拔，辞退不合格人员；

注重员工福利，提高其工作士气。

服务升级计划

近年来家具投诉居高不下，如何顾客提供更全面的服务，增强家具消费者的满意度的确需要家具门店好好动一番脑筋。家具服务包括范围比较广，比如家具产品的陈列设计、家具展示的亲切感、家具产品的完整无缺、家具门店人员的服务态度、家具产品的运输、安装以及退换和维修 等都是家具店应该提供的服务。因此，在家具店运营过程中，制定出一整套保证顾客满意的制度，便是家具店吸引顾客的一把营销利器。基本策略是：

加强服务人员的技术革新，强化服务观念；

以便于顾客体验和购物为原则，来规划整个家具的布局和家具产品陈列；

规定并严格执行家具门店的服务用语，并坚决不与顾客发生人际冲突；

努力向顾客提供各项信息，以供其参考；

贯彻“承诺是银，践诺是金”的服务准则，在诚心换信赖，以真心换放心。

财务损益计划

家具店和其它商店一样，其经费也分成固定费用和变动费用。变动费用包括员工工资、水电费用、促销推广费用和各项 杂费；固定费用主要表现为门店的租金和各项税款等。对于变动费用的使用要特别加以注意，在不影响门店正常动转的前提下，能省则省。有开源也必须要节流，各 项费用必须控制在预算之内。当然，对于新开张的家具门店，也会有一个投资回报的损益平衡过程，这个过程，需要设定出既定的时间限制。基本策略是：

制定预算经费，以能省则省的原则进行预算制订，有效运用资金并健全财务结构；同时也要容忍预算中的缺憾之处，推行内部稽查制度；

明确区分变动费用与固定费用，特别要针对变动费用加以控制；

求出损益平衡点，用数据来管理门店，实施电脑化经营；

将长期资金用于长期投资，短期资金用于短期投资，并加强与金融机构的交流。

**第二篇：怎样做好家具店经营计划**

怎样做家具店经营计划

作者：英子

记得2024年，重庆一家具企业，经营已经有近10年，其营业额一直徘徊在5000万元。于是该企业的梁老板多次从广东聘请了常务副总经理、营销总监以及一些区域销售经理，梁老板对这些高薪聘请来的职业经理人寄以厚望，但没想到的是，刚刚入职的前三个月，大家都充满激情，随后就蔫了下来。正在这个时候，黄继毅在家具展览会上认识了梁老板，于是，前来为该家具企业做营销管理咨询诊断——不看不知道，看了一吓一跳，你说怎么来着，该家具企业的家具品种竟然高达1600多种。有些品种一年卖一件，甚至有些两年才卖掉一件，更重要哪些产品是为企业带来利润的，哪些产品是企业的负担，也没有人知道。大家同一的感觉是：每天都在忙着，接什么订单，就到仓库里产品，仓库里找不到就给工厂下生产单，工厂来不及生产就从别人那里采购，顺利的话，一两个月可以向顾客交货，要不就延迟一两个月，甚至最后客户又跑掉了。

面对这种状况，黄继毅觉得要管理好这个企业并非易事。于是问梁老板，是否能看看他的企业经营计划。梁老板倒也爽快，说：“经营计划没有书面的，我和说吧，我的计划是每天增长20%，但人算不如天算，我的利润已经连续三年没有增长了。营业额略微有点增长。”

“既然如此，你为什么不砍掉那些没有利润的产品？”

“哪个产品没有利润？或多或少都有一点，没有利润的生意我是不会做。再说，如果缩减产品品种的话，我的营业额就降低了，市场占有率也受到影响。”

“购买我们家具的主要是哪些消费者？比如是哪些年龄特征的人群？”

“什么年龄都有，我们的丰富多彩，男女老少皆宜。”梁老板给出一副自豪的表情，接着，他又说到：“不过我们的产品太多，管理已经越来越麻烦，有些产品被压在仓库根本就不知道，工厂又继续生产了。因为我们什么客户都做，订单比较多，服务也点跟不上。经常有些客户埋怨。这次请黄老师过来，希望能出一些指点。”

“你这可是个大工程，要我现在说出什么能帮助你的话来，我是不办不到的。这样吧，我领我们的项目组成员先对你们做个内访外调，对情况有一个比较深入的了解之后，我们再提出我们的建议。作为企业医生，我们不能诊断就盲目给病人下药。”

经过了忙碌的一个月之后，我们的调研报告显示：该家具企业所销售的产品中，有30%的产品是属于负利润产品，20%属于零利润产品，40%属于低利润产品，利润率只有10-15%左右，只有10%属于高利润产品，利润率是30-40%，即达到的家具行业正常利润。很多被梁老板认为有利润的产品，其“利润”已经被销售过程中的各项工作成本吃掉，甚至不够成本吃。

看到这份报告，梁老板简直不敢相信自己的眼睛，他不敢相信自己这么一个精明的商人，竟然做了那么多亏本生意而浑然不知。但事实胜于雄辩，他只好说：“黄老师，这样吧，你们看怎么砍，我听你的。但要保住我的营业额。”

“产品线调整初期，营业额肯定要受到影响，甚至利润也会受到一些影响，但很快就会回升，毕竟我们是在优化你的资源。”

“这个影响会持续多长时间？”

“顺利的话，影响二三个月，不顺利的话可能要影响半年，甚至一年。不过，这个数字不会很大。第一阶段，我们先砍掉你的负利润产品和零利润产品，在这个阶段营业额会有明显降低，表面利润也有所降低，但实际上你的利润并没有受损。

第二阶段我们对你的低利润产品和高利润产品进行优化组合，这一步将同时能提升你的营业额和利润率。但前期要对整个业务流程进行调整，并对各部门员工进行相关的技能培训，以保障这一阶段工作的成功。”

“好，就么办吧。”梁老板咬牙切齿地下了决心。

由于该企业比较好的凝聚力和从强有力的执行团队，实际上，只需要不到二个月的时间，整个产品线调整就全部完毕，而且在第三个月就已经从营业额和利润率上体现出来。令人惊喜的是，产品品种缩减之后，在2024年该家具企业的营业额竟然翻了一番，已经突破了一个亿，2024年在同行都因为金融危机业绩下滑时，该家具企业还能保持微幅增长。

对于家具企业如此，对于家具店也是如此。在为家具企业进行营销咨询服务的过程中，黄继毅发现，那些成功的家具专卖店都拟定的详尽的经营计划，并且按严格地按计划执行，则经营效率大大提高，费用相对较低，也很容易步入健康的经营轨道，生意像滚雪球一样越做越大。特别是现在家具越开越大，成本越来越高，资源越加有限的情况下，它能避免一些不必要的时间、精神、金钱方面的浪费。

反之，那些没有经营计划，全凭老板一个人发号施令，想到哪里做到哪里，就算高薪从别人那里聘请了优秀的导购人员，结果整个家具专卖店也经营得稀里糊涂。不仅无法团结内部，还会造成许多不必要的资源浪费和无谓的损失。

这里所指的家具店的经营计划包括营业销售计划、家具产品采购计划、销售促进计划、门店人事计划、服务升级计划和财务损益计划等六个方面。

营业销售计划

家具店营业销售计划是家具门店经营好坏的一个最基本的指示，所以在家具店建立之初，必须有一个详细的家具营业销售预测。例如每月的营业额，每周的营业额，以及这些营业额都是通过销售哪些家具品类来获得的，都需要参考各项影响因素来分别制定。此外，每年营业额的增长率亦需要依照当地经济指标、本公司

其它门店以及同类家具的竞争对手情况来制定。基本策略是：

依据竞争模式以及营业额制订营业预算；

加强营业人员素质配置，以达成预算为第一目标；

设定三至五年的增长率，再依据每年宏观经济状况变动调整增长率。

产品采购计划

对于一家具店来说，其产品采购计划主要是家具品类组合结构计划。因为每件家具产品的价格通常都在几千上万元以上，因此，如何在众多的家具产品品类和款式中依照品类、风格、款式、价格、色彩，去组合成最适合专业家具店特色以及顾客消费习性的家具产品结构，就显得非常必要和重要。另外，这也是家具采购的必须前提，即所谓“会卖也会买”，才有可能降低家具的进货成本，增加利润。基本策略是：

加强家具产品结构的完整性；

适当调节家具产品销量品类、利润品类和形象品类，控制库存，以加速资金周转；

与家具供应商协调好关系，确保高进货毛利与合理销售价格。

销售促进计划

在注重促销的今天，经营一个家具店，如果缺乏一些促销活动的话，那么，你的家具门店将变得没有任何吸引力。所以，家具店要赢得更多顾客的光临，以争取更多的生意，必须有一个持续的销售促进计划。最常用的促销方式如“特价”、“赠品”、“抽奖”等，每一种都具的自己的特色，顾客也乐此不彼。家具店经常开展销售促进活动，除了可以提高营业额之外，还可以提供家具门店的知名度。基本策略是：

将重点销售目标与促销活动配合；

选定促销媒体，并适时提供种类信息给顾客；

制定促销费用预算并有效运用这些费用；

注重家具门店内家具陈列、家具组合、橱窗展示以及门店陈列生动化的布置；

采用的促销方式必须是对消费者生产实实在在的优惠，而不是华而不实的活动。

门店人力计划

家具店开店之初，有可能是夫妻店或者光头司令的门店经理一个人，当然也会聘

请一两位助手或导购人员。但无论如何，在人力规划和人事运用上，都马虎不得。有些店主为了节省成本，尽选一些没有销售经验的亲友来帮忙，这很可能会对一个新开张的家具店带来极为不利的影响。卖家具不像卖零食，它价格更高，产品机构复杂，需要拥有一定家具专业知识的人或者经过专业培训方可使用。否则，不但影响了生意，还对开业之初的新店带来不利的影响。因此，有家具店的用人上，要把握好“在质不在量”的原则，多用人不见得就对家具店的业绩有帮助。基本策略是：

建立明确的岗位责任制，同时简化组织结构，使人尽其才；

制定全年的培训计划，加强门店人员的培养和训练；

严禁员工选拔，辞退不合格人员；

注重员工福利，提高其工作士气。

服务升级计划

近年来家具投诉居高不下，如何顾客提供更全面的服务，增强家具消费者的满意度的确需要家具门店好好动一番脑筋。家具服务包括范围比较广，比如家具产品的陈列设计、家具展示的亲切感、家具产品的完整无缺、家具门店人员的服务态度、家具产品的运输、安装以及退换和维修等都是家具店应该提供的服务。因此，在家具店运营过程中，制定出一整套保证顾客满意的制度，便是家具店吸引顾客的一把营销利器。基本策略是：

加强服务人员的技术革新，强化服务观念；

以便于顾客体验和购物为原则，来规划整个家具的布局和家具产品陈列；

规定并严格执行家具门店的服务用语，并坚决不与顾客发生人际冲突；

努力向顾客提供各项信息，以供其参考；

贯彻“承诺是银，践诺是金”的服务准则，在诚心换信赖，以真心换放心。

财务损益计划

家具店和其它商店一样，其经费也分成固定费用和变动费用。变动费用包括员工工资、水电费用、促销推广费用和各项杂费；固定费用主要表现为门店的租金和各项税款等。对于变动费用的使用要特别加以注意，在不影响门店正常动转的前提下，能省则省。有开源也必须要节流，各项费用必须控制在预算之内。当然，对于新开张的家具门店，也会有一个投资回报的损益平衡过程，这个过程，需要设定出既定的时间限制。基本策略是：

制定预算经费，以能省则省的原则进行预算制订，有效运用资金并健全财务结构；

同时也要容忍预算中的缺憾之处，推行内部稽查制度；

明确区分变动费用与固定费用，特别要针对变动费用加以控制；

求出损益平衡点，用数据来管理门店，实施电脑化经营；

将长期资金用于长期投资，短期资金用于短期投资，并加强与金融机构的交流。

**第三篇：家具店工作计划**

家具店工作计划4篇

时光飞逝，时间在慢慢推演，很快就要开展新的工作了，是时候静下心来好好写写计划了。什么样的计划才是有效的呢？下面是小编收集整理的家具店工作计划4篇，希望对大家有所帮助。

家具店工作计划 篇1

伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的xx年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、充满希望和激情的xx年。

一转眼，一年马上就过去了，在今年的工作中，付出了很多努力，在自己的工作岗位上也取得过好成绩。像6店的断码销量条数一直都是几个店当中最好的，22店的断码销量条数也在不断的上升，对与每个月的断品种更是非常的关注，每个月都能完成任务。对与店面的一日工作流程及公司基本规章制度都在严格的执行中，店面的员工稳定性也比较强，平均都在公司工作了一年以上了，对公司也是比较认可的。

但还是没有用100%的心去工作，所以感到非常惭愧，今年整体来说店面业绩没有完成30%，销售单价虽然比去年是上升了40%，但整体条数只上升了16%。

回顾这一年以来所做的工作，心里颇有几份感触。在过去的时间里，首先感谢公司给予我这样一个发展的平台，和用心培养;感谢领导给予工作上的鼓励和督促。让我学到了很多的销售和沟通管理技巧，并顺利的为下一步的公司发展迈出了第一步。其次感谢我的这个团队，感谢同事们在工作上的相互鼓励和配合。他们所有人都有值得我去学习地方，我从他/她们身上学到了不少知识，让自己更加的成熟。

通过今年来不断与公司销售管理模式进行磨合，我也更加的认识到了，一个做销售店长的知识面、社交能力和熟悉产品知识技巧决定了一个店长及销售人员的销售能力。为此，通过这么久的工作积累。我认识到自己现有的不足和长处。现将全年来的工作和感受计划如下：

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在：

1)销售工作最基本的顾客维护量太少。记载的贵宾顾客有626个，其中有389个老贵宾今年一年没消费过，加上办过贵宾就来消费一次的概括为100个，从上面的数字上看我们基本的维护工作没有做好。没能及时的了解贵宾不来的原因。导致销售量也不是太理想。

2)沟通不够深入。员工销售在与顾客沟通的过程中，没能把我们产品的价值十分清晰的介绍给顾客，只是意味的在纠结价位提升，没能说出产品的价值。也没了解顾客的真正想法和购买意图;对顾客提出的疑义没能及时给予完美的解答。

3)工作每天/每月没有一个明确的目标和详细的计划。没有养成一个写工作计划和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)对店面要求也不严格，特别是门岗这块，站岗不及时，在员工面前缺少说服力，没有起到号召力的作用。工作责任心和工作计划性不强，这些问题都是下一步需要尽快改进的。

5)因为个人不够勤快、没有严格要求自己，所以没有好好的关注库存销量。22店从5.1开业---9月份女裤一直占比都比较高73%男裤只占27%后来意味的要求提高男裤比例，这样想着同样也在提高销量，结果在这后来的几个月男裤是提上去了女裤却在一直下降，这是自己不关注库存销售导致的，现在就开始改进这一系列的问题。以上是自己做的好的及不好的和需要改进的问题，望领导给予监督，帮助和提宝贵意见。

xx年工作计划：

1)销售目标： 今年的销售目标最基本的是做到月月完成去年的同期实际完成条数。然后把任务分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到每个员工身上，要求店长要统计完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。

2)提高团队团结和配合：

提高团队团结及配合和团队的建设是分不开的。建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作环境是工作的关键，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是店面的根本。所以xx年工作中我要建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。并计划建立人员的稳定性及人员工作的稳定性。

3)要时刻关注好库存，并熟悉每个品种的产品工艺，并把控好应季及过季产品的结点，要求员工每天做好产品分析及产品介绍。

4)人员的培养：

6店张蕊张青青以逐渐成熟，准备培养她们俩望店长方面发展，她们俩对工作也比较认真负责对这方面的也有较大意愿。22店李美霞：对22店所有工作及其付责任各个方面表现都比较优秀，每个月都是店里的最高销售人员。所以xx年我强力推荐李美霞担任22店店长已职。望领导考察并给这个发展的机会。

对公司的提议：

公司应该多开计划大会，一个公司的思维一定是活跃的，如果要保持一个高度激情的气氛，那么就多开计划大会吧。公司要想店长提升，我认为员工素质有待提高，员工的培训时间不够，与工作相关的培训不够。普通员工需要培训，店长更需要培训，店长不提高管理水平，怎么领导好员工?以上是我对公司的提议，如那个方面说的不妥，敬请领导谅解。

家具店工作计划 篇2

能作为xx家具店的店长在这里计划本年的工作，首先感谢老板对我的信任，各位同仁对我的支持。本人5月份被聘为兴隆大家庭xx家具店长。一年来，本着xx公司的经营理念，能认真的履行好自己的岗位职责，为xx在青冈的销售奠定了良好的基础。作为店长我深深的感受到：

1、作为有前景的品牌店的店长一定要懂管理、熟业务、责任心强。

2、管理品牌店必须有一套科学的管理制度。

3、店长及店员必须有高涨的工作热情，良好的工作心态，能积极为本店的销售做出应有的贡献。

4、在经营上要本着“发展新顾客、(法制宣传活动计划)稳住老顾客、扩大品牌店在青冈的影响力”的理念，让xx的服装在青冈人心中生根发芽。

我深深的感受到品牌家具非常适应现在人的需求，只有优雅的环境、高质量的服务、热情的售后才能吸引顾客到我店购物，让他们体会到品牌家具的质量好、品牌店的员工素质高，和售货员能做到近距离的沟通。无论是进货渠道、还是销售方法以及公司的售后服务，都让我感受到品牌的力量无穷的，xx的管理是科学的，我愿意为品牌店的经营献出自己的力量。

对于本的经营我做如下计划：

1、销售额完成xx，较去年同期增长xx，经常变换店铺的陈列，吸引顾客，在顾客在店前停留的时候，要把握好时机，想办法把顾客请进店里来，保持微笑，让顾客觉得你很亲切，在顾客进店后，注意顾客的一举一动，观察顾客的微表情变化，当顾客用手接触某件服装时，说明对这件服装感兴趣，那就要简单介绍该件服装产品。介绍完后，可以叫顾客试穿，突出产品的卖点，当顾客试穿的时候发现服装适合自己，就要适当地附和着并加些赞美之词。当顾客对产品更加感兴趣的时候，就会考虑购买。另外还依仗兴隆大家庭对我店的宣传以及老板的精心策划、科学管理以及合理宣传。

2、培养员工3名，达到对xx企业理解、熟练掌握销售技巧的水平，平时让她们多学习理论知识，然后将理论知识转化为实践，结合自己的工作经验，借鉴优秀员工的服务经验。

3、在调动员工积极性方面，我能根据每人的实际情况进行合理的时间调配，家中确实有事的酌情串假，发现情绪不好的及时沟通，消除员工的负面情绪，以利于销售工作的开展。

4、强化员工服务意识，逐步完善会员维护体系。要时刻面带微笑，亲和的对待每一位顾客，建立完善的会员信息，了解会员的需求，经常与会员沟通，介绍会员所喜欢的服装类型，促进销售额的提升

5、处理好商场关系，遵守商场制度，配合商场工作，树立xx在商场员工中良好形象20xx年店长工作计划范文5篇工作计划。能按要求及时参加兴隆的各项会议，将兴隆的制度较好的执行，在会上认真听讲，做好笔记，及时传达给员工，按时参加发放传单、打扫卫生、军训、培训等各项活动，让周围的店铺感受xx员工的企业精神，让员工树立不管在家还是商场时刻保持自己的形象，为xx在他人心目树立形象起到较好的作用。

6、配合好望奎，绥化店销售工作，及时做好服装的号码调配，加大员工的培训力度，让他们知道只有多学习才能适应xx的经营理念，只有认真对待每一位顾客，才能使自己和店主双双受益。

在努力做好管理与销售的同时，工作中也存在不足：

1、用于学习销售经验的书籍时间不充足。应该多学习销售技巧类的书籍，多向优秀的同行学习。

2、有时候把微小的负面情绪带到工作中，降低了自己的工作热情。

3、没做到与店员经常沟通，不能及时调动店员的积极性。

成绩只能代表过去，在未来的一年里我会更加努力做好自己的本职工作，使销售额比去年同期增长5个百分点。我要带领全体员工做到以下几点：

1、加强管理，完善制度执行，学习并制定科学合理的管理制度，加强制度的执行力度，做到奖惩分明，使销售业绩稳步提升。

2、加大员工培训力度，每个月的第一周自学服装的面料以及服装的尺寸、价位。每个月的第二周对家具的陈列、服装的搭配进行培训;每个月的第三周对销售技巧进行培训，每个月的第四周进行月工作计划，对前三周的重点知识进行考试，对于考试优秀的员工进行奖励。

3、做好其他店销售管理工作，分三步进行：

一、做好分店的奖励机制：第一，实施月销售额评比制度，对销售额好的分店进行奖励;第二，每个月的测试成绩进行通报，实行奖励;第三，对于销售额月增长百分率较多的分店进行奖励。

二、加大分店的管理制度的执行力度：每周不定期对自己的业务范围进行检查指导，做到赏罚分明。

4、继续维护好会员体系，以青冈店为样板，在节假日期间让店员亲自与会员沟通，及时送去xx的祝福，特别是会员生日;对会员的喜好进行及时记载，使其在服务时能投其所好;让每位员工都熟悉会员的职业、爱好及衣服尺码，使会员感受到店员的用心良苦，让他们体会到xx的销售理念，爱上xx家具。

家具店工作计划 篇3

XXX家具城管理工作计划书（以下简称计划书），主要是对20xx年整体工作做统筹安排，计划书的制定旨在为20xx年冲刺1000

万销售，完成基本目标800万，为此，我们的根本方针是分品牌宣传与推广；基本战术是小区团购为重点，小规模、多批次、深挖掘、20xx经营工作计划书 品牌轮流的方式；同时需要不断优化组织结构，简化流程弱点，销售更加快速化，需要对导购员不断强化，提高其专业知识，丰富其销 售技巧，最大提高销售率！

（一）全国家具液态面临着洗牌，是行业的阵痛期，故销量下滑，利润缩减，20xx年的家具市场环境还会有进一步恶化的可能；

（二）在各地的市场萎缩情况下，各品牌正在竭力力保原有市场，在这种情况下，各厂家的资源下放到终端的可能性会进一步增强；

（三）因为市场萎缩，各家具商家一定会使出浑身数解，最大可能的划分蛋糕，而抢夺蛋糕最直接的手段无非两种：一是多频率、高幅度的各种促销活动；二是强势的品牌宣传；

（四）在各商家的抢夺市场蛋糕的手段作用下，消费者的购买心理将发生更急剧的变化，集中活动购买代替平时购买的现象会进一步增强；

（五）在不同行业，各个区间，在激烈的竞争当中，做为固定的宣传资源显得尤为夺目，各商家一定会竭力抢夺，所以宣传成本将会被非正常增高；

（六）总之：整体销量缩减，集中购买性明显增强，利润竞相抢低，宣传点的抢夺与成本的增加等现象会是整个20xx年家具市场的基本特点；

我们的任务是什么呢？

（一）销量的整体缩减是一定的，在这种情况下，XXX组织销售与利润突围非常关键，最大限度的调动有利因素，在不影响整体的民用家具经营的情况下，发起向办公家具市场的抢夺；

（二）集中性的购买一直是困扰家具城的问题，行业中间有句话：“不做活动等于等死，做活动等于找死”，而长期的活动设计，会将顾客拖疲，从而不敢平时购买，故要改变以往的活动思路，针对XXX品牌多这一特点来进行设计，要让消费者先认识品牌，了解品牌个性，认可品牌产品，然后再认识家具城，按照现代液态的经营思路，进行单品牌推广，以来分解全友的品牌影响力，如此，我们就可以搞品牌轮番攻坚战略；同时应该用以组织小范围的团购等方式，进行隐性的活动，这样不容易扩散高频率活动的负面影响；

（三）竞争的首要，首先是对资源的抢夺，特别是战略资源的抢夺，宣传点的抢夺是开春之后的重中之重，此项工作应该从年前就要开始跟目标小区的物业进行洽谈，年后既定实行；

（四）利润下降，是不可以抗拒的，也是可以抗拒的；利润下降的原因是因为各商家的活动与竞相降价造成的，整体上不可抗拒，但策略上可行；第一，要尽可能的避免正面价格战，而把做活动的方式更加隐性化（只有专场团购才能实现），第二，由低价的宣传促销向推广品牌个性促销转变（只有单品牌促销和两个到三个品牌的组合促销才能实现），第三，要重点地做好小区广告宣传与人员推广的以及活动节点的有效结合，总之：要将单纯的价格竞争向品牌竞争转变；

（五）要做好以上工作，第一，需要对现有组织架构进行调整以及工作流程的简化；第二，要设立制度并坚定执行到位；第三，要做好企业文化建设；

（六）工作的重点要解决两个问题：一个是增加人流的问题；另一个是抓住人流的问题；如何增加人流与宣传有关，如何抓住人流跟店长的工作有关；这两项工作共同构成了家具城的能量框架，其力量不容忽视；

20xx战略指标

销售指标

其他目标：

1、要确立并完成核心品牌（掌上明珠、新悦、梦丽莎、新红阳、依丽兰、穗宝）的个性打造与宣传推广，以及双品牌组合（依丽兰与穗宝睡眠系列组合、梦丽莎与新红阳客厅系列组合）推广，通过一年的时间，将重点品牌打造出来，最终目标是要让消费者先认可品牌的个性特点，进行有针对性的选择，而将XXX家具城推到一个品牌家具卖场的地位，从而与全友避开正面的竞争；

2、需要花大的气力，重点完成组织建设和人员的专业性管理，要制度明朗化、行为规范化、操作表格化，从而形成简单的管理模式，制度要分批次执行，确保执行力度；

3、必须要完成对20xx年入住的小区进行宣传布点，主要宣传XXX家具城；

组织架构的调整与工作流程优化

关于组织架构，主要思想是要将扁平化的组织建设向纵深化转向，这样有利于高层从具体的事物中解脱出来；

（一）组织结构图

（二）组织结构说明

1、组织结构图是按照执行20xx年战略目标而制定的，总体思想是在总经理统筹下的店长负责制，将扁平性组织结构纵向化，确立店长负责制，明确责权机制；

2、设立办公推广版块，单独划分办公推广平台，与民用家具分开，由总经理直接管理并推广；

3、营销人员主要是协助店长处理有关促销、商场形象管理、培训等工作；

（三）岗位说明

1、主持公司大政方针工作，主持召开管理者会议，商讨战略方针和工作安排；

2、设置公司各项职能机构，制定各职能工作职责，设定工作指标；

3、全面监督指导财务、店长、营销工作，监督有关销售任务达成情况；

4、负责对公司各项事宜进行裁决，处理日常事务，员工培训、指导、激励等工作；

5、丰富员工精神文化生活，组织员工精神层面学习与生活，了解员工心态，随时跟员工谈心；

6、处理公司与外部环境的的关系；

1、处理公司相关文档与制度起草工作；

2、协助总经理完善企业文化；

1、制定全年营销工作计划（宣传方案、促销方案、销售达成措施等）；

2、负责具体营销工作执行（组织活动、协调公司资源）；

3、研究促销方案，并进行制定，调动人员进行宣传工作；

4、协助店长处理相关管理流程与导购员培训等工作；

1、参与家具城各项管理与营销谋划，对家具城制定的销售目标负责，并对目标进行分解；

2、对导购员工作任务的安排与完成监督，处理好日常客户销售达成工作，并对小区推广进行任务分配和具体安排，以及过程监督和任务完成统计；

3、负责日常的导购员管理工作（晨会、晚会、卖场分区管理），导购员请假、缺勤、早退等事宜，负责员工的考核，新员工的招聘，以及不合格员工的辞退；

4、组织导购员进行学习，并负责培训新员工，及时了解员工心理状态和与员工谈心工作；

5、处理补件问题，对于不可维修的产品补件，及时将单子下订单交给财务，由财务对补件进行订单；

6、负责样品管理，带领导购员摆场、饰品摆放、灯光调试等卖场基础氛围工作，经常检查价格标签、宣传资料、产品卫生等情况，具体分工要公正、明确，责任落实到人，方便管理；

7、全权负责客户定金、退货、换货处理、异议等客户问题，严重问题报总经办处理；

8、负责选货、订货、停产品处理，但要结合库房情况，需要随时掌握库房情况，处理送货安排，协调人员；

9、负责店内日常与活动时的后勤工作安排、紧急时候迅速召集人员进行解决；

10、对日常管理中所出现的问题要及时向总经理汇报，汇报问题时要先拿出预案以及处理意见，以便为讨论提供依据；

店长负责制度——店长做为家具城制度的执行者，店面日常工作由店长做主，并承担相应责任；

1、店长有权对导购员日常行为进行管理，对于不配合的店员，可以施以处罚，对优秀的店员可以实施奖励；

2、店长有权对导购员工作进行分配，并监督执行；

3、店长有权对组装工作进行送货分配，并监督执行；

4、店长有权批准送货、换货、退货、以及售后等服务工作；

5、店长有权对临时性工作进行分配调整；

6、店长有权对所有员工进行效绩考核；

7、店长有权对公司整体运作提出建议并参与讨论和参与品牌建设与品牌管理的讨论；

8、店长有权决定员工去留；

（一）中低端家具调整计划

中低端产品区指家具赶集超市，主要是针对乡镇市场（新民居）和县城低消费群体，该群体的消费特点有以下情况：

1、这个群体很庞大，占市场总量比例高，尤其是经济萧条时期，一部分中档消费者也加入了这个群体；

2、需求单一，对产品个性化与品牌品性要求不是太高，主要是注重产品价格与产品款式；

3、对高标低折扣方式不是很认可，喜欢实价，并喜欢组合购买，购买一般喜欢全套，最能接受多少钱一体购买齐，一般这样的家庭预算是做得很紧的，一般不会超过预算标准；

4、这部分群体对于品牌家具的消费方式，一般不会定做，也不喜欢通过图片购买，喜欢根据实物购买，对于送货周期长的方式难以接受，要求要立即送货的消费者较多；

所以产品对于满足这部分家具消费者的需求，我们需要在现在赶集超市部分做一些改动，要将产品的色系丰富起来，要有深色、浅色、亮光、亚光等不同色系，丰富消费者的颜色搭配；选样品的时候要注意价格统筹，一般相差不能太大； 因为赶集超市不是品牌专卖店，但我们也要做出专卖店的感觉，第一、墙面要多做点选购知识的KT板，第二、饰品应该在现在的标准上还有增加一些，第三、天花板上应该在增加一下氛围型的吊物，丰富卖场氛围；

在推销策略上，要多替顾客算账，教消费者如何省钱，如何用最少的钱来买最多最好的产品，详细的见《替顾客算经济账的相关方略》；

（二）中高档家具调整计划

中高档家具区主要指掌上明珠、新悦、梦丽莎、依丽兰、穗宝、新红阳、金虎各专卖店，购买人群主要是有一定经济的小资层人群，这部分人的消费特点有以下情况；

1、这部分人群占比稍小，但购买力大，一般的大单都出现在这部分人群中；

2、这部分人有一定的文化，对购物氛围的要求是比较高的，比较关注品牌，对品牌的个性色彩与产品的文化与功能性比较感兴趣；

3、对产品的售后服务要求比较高，会关注价格，但更关注产品，一般会比较挑剔，对产品细节很看重；

4、这部分消费者对于推销式的方式一般比较抵触，自我性比较强；

5、时间一般比较有计划性，对信用比较关注，一般会在需要家具前1-2个月前就出来选家具，喜欢多多比较，经常来逛家具城但不购买；

所以，我们要将专卖店的形象做出来，对家具的样品管理要求要严，梦丽莎与新红阳专卖店如果要新装的话，形象一点要到位；

在推销策略上，要提炼品牌个性点，并要让导购员有统一的品牌说辞，见《XXX代理品牌个性说辞》，在介绍产品时候，要更多地像顾客介绍产品的细节；

产品策略

1、在产品方面，样品管理非常重要，详情见《卖场分区样品管理》；

2、考察市场后，应该增加竞争对手没有的系列，增强家具城的利润点；

3、对于比较畅销的款式一定要放到最显眼的位置；

4、增加实木床、柜，增加玻璃餐桌，增加布艺软床，增加皮款沙发并设立专卖区，处理雷同样品；

5、应该充实赶集超市的小件，选价位比较低的产品；

6、增加家具附属品（如：地毯、饰品等）

价格策略

1、对于掌上明珠、依丽兰、新红阳、梦丽莎、新悦，应该将这些品牌中的80%产品的价格系数提到2.5，另外的做为特价款进行销售，系数控制在2.5，然后再打6折，保证每个品牌都有特价款，这样才能渐渐消除品牌家具”贵“的概念，从而形成口碑；

2、对于赶集超市里的普货，统一按照定价销售，全场常年特价；

3、由高标低折销售方式向定价销售转变，需要一个缓慢的过程，可以采用特价的形式，先做20%产品，视情况渐渐增加；

销售策略

1、重点推广周末特价的销售形式，将销售进行小规模集中，主要操作方式就采用周末购物送赠品的方式，基本销售方式不变；

2、进一步加强小区工作推广，要处理好与物业的关系，最好能将物业纳入到我们的销售服务体系中来；

3、重点拓宽办公家具渠道，寻找销售突破口；

活动策略

1、在以单品牌行销宣传为主，家具城宣传为辅的方针指导下，开展有声有色的品牌个性宣传与品牌组合宣传；（但要值得注意，单品牌只做行销宣传，不做广告宣传，广告宣传还是要以XXX家具城的宣传为主）；

2、坚持专场团购，进行隐性促销；（专场团购与一般团购不同，可以分为单品牌全范围的团购、全品牌小范围的团购、单品牌小范围的团购、全品牌全范围的团购）；

3、以一次大型活动品牌宣传促销为爆破点，将市场销售推向高潮。

家具店工作计划 篇4

x月终，紧张繁忙的一月即将过去，新的挑战又在眼前。沉思回顾，在xx超市这个大家庭里使我得到了的锻炼，学习了的知识，交了的朋友，积累了的经验，当然也通过不少深刻的教训发现了自身的种种不足。这一月是充实的一月，我的成长来自xx超市这个大家庭，为xx超市明月更好的发展尽自已的全力是义不容辞的责任。

现将自己x的工作总结

一、xx市场大厦工作阶段

xx月后，我依旧负责xx市场大厦的各项经营工作，在与翟经理的配合下经历了节后淡季各商户的经营困境租金难收、托管员工因季节性原因大量减员等很具挑战性的问题，通过这些问题的解决，使自己对我市的服装零售行情、市场大气候的了解、及员工人事的管理有了迅速的提高。通过与各商户的调解工作的`接触，协调能力得到了进一步的锻炼。为了适应不断变化的情况，配合公司的整体规划对xx市场进行了一定的布局调整。3月份xx市场超市开始构想到\*月份开业，自己全身心的投入到了筹建工作中，人员招聘、业务培训、货架安装、商品上架到日常经营维护，在老总的关心下，公司各方的支持下，在刘总与李店的指导下，xx市场超市得以平稳的发展与过渡，自己对超市最新的业务知识又得了系统的强化。负责xx市场期间，尽力维护了各项经营活动的正常运转，没有发生意外的突发事件。但xx市场的整体潜力没能全部发挥发来产生效益是事实，虽然xx市场的发展有各方面的客观环境不成熟的制约，但xx市场的潜力没能全部发挥自己有很大的责任。这也显出了自身能力的局限，这是在xx市场工作得到的最深刻认识。同时，xx市场各种困难压力的经历，使自己的心理素质得到极大的提高，面对再大的困难与压力，我都不会退缩逃避，能够从容冷静的去面对解决，这是我在xx市场工作得到最大的收获。

二、xx超市工作阶段

xx月份因工作的需要，我被调到xx超市任店面经理兼非食品经理。在工作中加强商品管理与人员现场管理，实现业绩的提升是贯穿各项工作的中心。

虽然自开业就加入了xx超市这个大家庭，对xx超市的人员也很熟悉，但到了具体工作上必竟还是有差别的。为了尽快进入角色负起职责，一方面加强了专业知识的学习，积极看书报文章，虚心向刘总李店请教。一方面加强沟通了解实际情况，向食品、接货、收银等各相关部门负责人沟通，与非食品组长文娟深入交流。在短时间内与相关主管建立了溶洽的工作关系，负起了店面值班经理的职责。与柜组长一起对非食品的人员进行了整顿培训，对商品的规划与陈列作了调整，经过非食品员工的共同的努力，我们的销售有了明显的增长。在文娟升任非食品采购后，我兼起了非食品的组长，潜下心来，从头干起，卫生、陈列、库房、接货从每一个细节开始严格的要求，使非食品的卖场氛围有了改观。与员工有了的接触，在严格要求的基础之上，给员工的思想沟通与业务培训，使员工的精神面貌有了改观，工作的积极性自主性得到了发挥。在公司各部门的关心支持下，全组员工齐心努力，非食品的进步得到了公司的认可。

店面值班经理负责协调各部门工作，维护全卖场的正常营运，应对突发事件的处理，在这个岗位上，自己立足全面把控全局，在工作的同时充分利用这一平台全面提升自身的组织协调与业务水平，在收银、客服、接货、防损、消防等各个环节深入了解，发现问题，消减漏洞，作一名称职的店面经理。

三、人员管理培训工作

作为一名主管，对员工的管理是一门难度较高的必修课，每个人的经历、性格各不相同，如何使本部门员工心往一处想劲往一处使不是嘴上说说那么简单的事情。通过相关专业理论知识的学习与实际工作中的应用，在人员管理下了很大我功夫。遵循了严格与关爱并用的方法。

首先自身从心理上真正的关心员工、尊重员工，真正的为员工着想，真心的想让员工有所提高。在这个基础上，有针对性的对员工进行思想沟通与业务培训，解决员工思路，树立明确的发展目标，确实激发员工工作的主动性与积极性，再通过业务培训让员工知道如何去作，如何作的更好。在工作管理上，始终严字当头，只要犯了原则性的错误，决不纵容。使员工队伍从内在有动力，对外有战斗力能够产生效益。

但人是不断变化与发展的，人员的管理也会随之变化与发展，这需要自己保持清醒的头脑，不断学习与提高，更好的发挥出团队的全部潜力。

对员工培训也是一名主管的重要工作，最早自xx市场的5xxxx名员工到xx市场超市的3xxxx员工再到8月份xx超市六部门乙班4xxxx 名员工的培训，通过一次次的培训与交流，自己从最初的基本商业常识培训，经过积集与学习，初步形成了对员工从思想、商品知识、销售心理与技能、纪律守则等方面的系统培训内容。得到了员工认可收到了一定的成效。

四、专业知识的学习与市场把控能力的提高

超市零售业发展的潮流势不可挡，但零售业同时面临着机遇与挑战并存，自己有幸能够参与进时代最具发展的行业之中，一定要把握机遇努力拼搏。学习、学习、再学习是在工作与业余时间不变的任务。一方面超市管理的基本功，商品陈列、库存合理存量、季节商品的调整、快讯商品的选择、营运各个环节的衔接，自己从书上的理论到日常工作中的实践，真正把所需的知识消化贯通再运用到工作中。另一方面，通过各种信息媒介了解最新的市场信息，行业动态，听取相关专业的培训，使自己在全局的思路更加明晰，以更高的角度来审视市场的变化，能够对公司决策层提出出自自己的战略性的建议。

五、不足方面与下月工作思路

俗话说：冰冻三尺非一日之寒。必竟加入到零售行业的时间仅仅一月时间，具体开始超市的工作才近半月，而市场的学问与超市零售的知识是如此的深广。通过冷静的自省，自己还有诸多的不足，整体上因参与营运时间较短，操作不够自如外，具体还体现在：首先，对商品的选择与把控有待加强，由其由于分工不同对食品商品的了解相对更弱。其次，对市场的分析预测不够透辙准确，底气不足，这是由于经验少。

**第四篇：家具店对联(精选)（feisuxs推荐）**

上联：买红木红运当头;下联：进此门财源广进。横批：欢迎光临

上联：金碧丹青颜色丽，出品必精，价廉物美;下联：门闾陈设光泽新，制器须固，外巧内坚。上联：衣柜卧椅功夫硬，高崖古涧千年寿;下联：雕床画橱式样新，密蕊精花几许春。上联：鲁班何处?柜橱得神之助;下联：墨翟再生，桌椅有天之工。上联：不是凡间地;下联：仿若仙人居。上联：来此处不是凡间地;下联：看家具仿若仙人居。上联：千古悠悠，寻得生活安逸;下联：万载长存，好似仙人居所。上联：古香古色，木桌石凳为古居;下联：新人新事，门里窗外羡仙人。上联：观秦砖汉瓦之神韵;下联：集明苑清轩之古风。上联：宇内精工能匠制;下联：峰林古树美樟为。上联：玉宇家具红檀香;

下联：古峰选料巧精工。

上联：精工家具装玉宇;下联：真才实料选古峰。

上联：宇装典雅精工匠;下联：峰古实木红檀香。

上联：宇内家具工艺巧;下联：峰群私林选材精。

上联：善缘金木水火土;下联：情亲东西南北中。

**第五篇：家具店转让协议**

家具店转让协议

家具店转让协议1

转让方（甲方）：\_\_\_\_\_身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

顶让方（乙方）：\_\_\_\_\_身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

房东（丙方）：\_\_\_\_\_身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙、丙三方经友好协商，就店铺转让事宜达成以下协议：

一、丙方同意甲方将自己位于阿凡提民安巷1栋2店铺转让给乙方使用，建筑面积为144平方米；并保证乙方同等享有甲方在原有房屋租赁合同中所享有的权利与义务。

二、丙方与甲方已签订了租赁合同，租期到\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日止，年租金为\_\_\_\_\_\_\_元人民币（大写：\_\_\_\_\_\_\_），从\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日起由乙方支付，租金为每年交付一次，并于约定日期提前一个月交至丙方。店铺转让给乙方后，乙方同意代替甲方向丙方履行原有店铺租赁合同中所规定的条款，并且每年定期交纳租金及该合同所约定的应由甲方交纳的水电费及其他各项费用。

四、转让后店铺现有的装修、装饰及其他所有设备全部归乙方所有，租赁期满后房屋装修等不动产归丙方所有，营业设备等动产归乙方。

五、乙方在\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日前一次性向甲方支付转让费共计人民币\_\_\_\_\_元，（大写：\_\_\_\_\_），（含至\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日的房租，其他费用乙方不得再向甲方索取。）

六、使用期间乙方所出现的任何问题，与甲方无关。

七、如因自然灾害等不可抗因素导致乙方经营受损的与甲方无关，

九、本合同一式三份，三方各执一份，自三方签字之日起生效。

甲方签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方签字:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

丙方签字：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

家具店转让协议2

转让方：\_\_\_\_\_\_\_身份证号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

受让方（乙方）：\_\_\_\_\_\_\_身份证号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

房东（丙方）：\_\_\_\_\_\_\_身份证号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙、丙三方经友好协商，就店铺永久性转让事宜达成以下协议：

一、丙方同意甲方将自己位于\_\_\_\_\_\_\_\_市\_\_\_\_\_\_\_\_区\_\_\_\_\_\_\_\_街\_\_\_\_号的店铺转让给乙方使用，建筑面积为\_\_\_\_\_\_\_\_平方米；并保证乙方同等享有甲方在原有房屋租赁合同中所享有的\'权利与义务。

二、该店铺的所有权证号码为店铺，产权人为丙。丙方与甲方签订了租赁合同，租期到\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止，月租为\_\_\_\_\_元人民币。店铺交给乙方后，乙方同意代替甲向丙方履行该租赁合同，每月交纳租金及该合同约定由甲方交纳的水电费等各项费用，该合同期满后由乙方领回甲交纳的押金，该押金归乙方所有。

三、店铺现有装修、装饰、设备在甲方收到乙方转让金后全部无偿归乙方使用，租赁期满后不动产归丙方所有，动产无偿归乙方（动产与不动产的划分按租赁合同执行）。

四、乙方在\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日前一次性向甲方支付顶手费（转让费）共计人民币大写\_\_\_\_\_元，上述费用已包括甲方交给丙方再转付乙方的押金、第三条所述的装修装饰设备及其他相关费用。甲方不得再向乙方索取任何其他费用。甲方剩余的房屋使用权归乙方所有。

五、该店铺的营业执照、卫生许可证已由甲方办理，经营范围为餐饮，租期内乙方继续以甲方名义办理营业执照、卫生许可证等相关手续，但相关费用及由乙方经营引起的债权债务全部由乙方负责，与甲方无关。乙方接手经营前该店铺及营业执照上所载企业所欠一切债务由甲方负责偿还，与乙方无关。合同生效后乙方有权要求甲方注销营业执照和相关工商税务登记手续，并重新以乙方名义办理相关工商税务登记手续。

六、乙方在接手经营后，可对店铺进行装修和改造，相关费用乙方自理。

七、如因自然灾害等不可抗因素导致乙方经营受损的与甲方无关，但因国家征用拆迁店铺，有关补偿归乙方。

八、如果合同签订前政府已下令拆迁店铺，甲方退偿全部转让费，赔还乙方接手该店铺的装修损失费。

九、本合同一式三份，三方各执一份，自三方签字之日起生效。

甲方（签字）\_\_\_\_\_\_\_\_乙方（签字）\_\_\_\_\_\_\_丙方（签字）\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_日

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找